

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo, mengenai “Pengaruh Kepuasan Konsumen, *Bonus Pack* dan *Price* Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo”. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

- a. Secara parsial terdapat pengaruh signifikan variabel kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa dari masing – masing variabel bebas memiliki nilai nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ . Variabel kepuasan konsumen (X1) memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, yang artinya pelayanan yang diberikan oleh pihak CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo bersifat profesional dan informasi yang diberikan kepada konsumen juga baik, sehingga membuat konsumen merasa puas dan melakukan pembelian produk di CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo Selanjutnya variabel *bonus pack* (X2) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya dengan pemberian bonus paket pada produk tertentu dapat menarik perhatian konsumen untuk membeli sebuah produk, sehingga apabila bonus paket sering diadakan maka keputusan pembelian terhadap produk tersebut juga

- b. meningkat. Dan variabel *price* (X3) yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, artinya CV. Sinar Terang *Supermarket* menetapkan harga yang lebih terjangkau dibandingkan dengan toko ritel lainnya. Karena, dengan penentuan harga yang lebih terjangkau akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian ulang serta mendorong konsumen untuk melakukan pembelian dalam jumlah yang banyak.
- c. Secara simultan terdapat pengaruh signifikan variabel kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* terhadap keputusan pembelian produk pada CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$ , yang artinya ketiga variabel bebas yang diteliti dalam penelitian ini secara bersama – sama memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian produk. Dengan kata lain, apabila Kepuasan konsumen, *bonus pack* dan *price* meningkat, maka keputusan pembelian juga meningkat
- d. Variabel *Price* berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian pada CV. Sinar Terang *Supermarker* Kota Probolinggo. Hal tersebut dibuktikan dari hasil uji hipotesis yang menunjukkan bahwa *price* berpengaruh dominan terhadap keputusan pembelian, yang artinya *price* (harga) untuk setiap produk yang ada di CV. Sinar Terang *Supermarket* memiliki pengaruh yang besar terhadap keputusan pembelian produk. Hal ini menunjukkan bahwa penentuan harga untuk sebuah produk

sangatlah penting, karena dengan adanya pemberian harga yang sesuai dengan dengan keadaan dan perekonomian masyarakat sekitar, maka semakin banyak pula masyarakat yang berbelanja atau membeli produk di CV. Sinar Terang *Supermarket* Kota Probolinggo. Sehingga dalam menentukan kebijakan penetapan harga dalam sebuah produk harus dipertimbangkan dengan baik agar dapat menghadapi atau mencegah adanya persaingan antar toko ritel modern yang menjual produk sejenis.

## 5.2 Saran

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan di atas maka saran yang dapat diberikan melalui hasil penelitian ini baik kepada perusahaan dan peneliti selanjutnya adalah sebagai berikut:

### a. Bagi Perusahaan

- 1) CV. Sinar Terang *Supermarket* lebih meningkatkan kualitas pelayanannya terutama untuk orang-orang yang masih belum terlalu paham tentang letak produk yang ingin dibeli oleh konsumen. Jadi, karyawan CV. Sinar Terang *Supermarket* bisa menanyakan produk apa yang ingin dibeli konsumen tersebut dan mengarahkannya.
- 2) Tetap mempertahankan citra CV. Sinar Terang *Supermarket* yang sudah baik dikalangan konsumen, agar supaya para konsumen tetap konsisten untuk membeli produk di CV. Sinar Terang *Supermarket*.

### b. Bagi Peneliti Selanjutnya

- 1) Diharapkan menggunakan variabel bebas lainnya yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

